Mémoire de maîtrise professionnelle
(Première partie)

Sujet : Radio sur Internet et incidence sur le fonctionnement des radios locales. Etude de cas.

Présenté par Anatole ABESSOLO
Diplômé en sciences et techniques de l'information et de la communication

INTRODUCTION GENERALE

1- Objet d'étude

« *Quatrième dimension*»[1], « *Big Brother* »[1], « *Cyberespace* »[1] sont autant de termes et qualificatifs utilisés pour désigner l'aspect le plus visible et le plus « *emblématique* »[1] des NTIC : Internet, dont le développement est une vraie révolution avec sa capacité de transport d'informations en tous lieux 24 heures / 24 et en temps réel.

Une des trouvailles du Web (autre terme utilisé) est sa capacité à combiner des éléments hétérogènes : texte, image (fixe ou animée), son et vidéo. Le Web est donc par définition un outil multimédia.

Ce bouleversement de l'industrie de l'édition touche tous les supports médiatiques de telle sorte que Internet se révèle aujourd'hui comme une technique nouvelle permettant aux journaux, radios et télévisions de diffuser leur contenu. Aussi ces médias voient en ce « *réseau des réseaux* » un nouveau support de production et de diffusion.

En 1999, avec l'essor spectaculaire de l'Internet, plus de 2000 stations radios dans le monde émettaient déjà sur le Web et si l'on en croit *Jean Michel BILLAUT* (Atelier de la banque Paribas), à ce rythme, la création d'une chaîne de radio est désormais « *à la portée de tous* ». Ainsi il prédit que plus de trois entreprises sur quatre auront leur propre chaîne de radio grâce à la diffusion par Internet[2].

---

[1] Serge Eric Willy YONDOU, *Le Cameroun en marche vers la société de l'information*, in Fréquence Sud, 2001. p 174
[2] Francis BALLE, *Médias et sociétés*, 11è Ed. Montchrestien, 2003. pp. 237-238

Ce mode de diffusion (*Webcasting*) permet aux radios par exemple de transmettre à l'internaute en ligne des programmes qu'il a présélectionné lui-même contrairement à la traditionnelle diffusion collective (*Broadcasting*)[3] qui propage les programmes vers une audience plus ou moins nombreuse et non identifiée.

L'adoption de ce mode de diffusion par les radios a forcément des répercussions directes en terme d'organisation, de ressources humaines, de pratiques professionnelles, de stratégies éditoriale et commerciale et en terme financier.

Intitulé « *Radio sur Internet et incidence sur le fonctionnement des radios locales*», notre étude, à la lumière d'un cas camerounais, analyse un mode naissant de diffusion de la radio et les transformations socioprofessionnelles qu'il induit.

2- Intérêt du sujet

Notre étude suscite un intérêt sur trois plans :

- Sur le plan académique

Le mémoire, pré requis pour l'obtention du diplôme de maîtrise professionnelle en communication, contribue à évaluer et à renforcer les connaissances acquises tout au long de notre formation, à cultiver en nous le sens de la synthèse, de la cohérence et de la pertinence.

- Sur le plan scientifique

Notre travail contribue à l'enrichissement des recherches en sciences de la communication. Il porte sur un aspect très peu exploré : la prise en compte de la Radio sur Internet comme élément de changement des pratiques dans un domaine de la vie sociale. Jusque là les travaux se sont davantage appesantis sur l'aspect macroéconomique de ce phénomène.

De même, cette recherche met en exergue certaines pratiques nées de la diffusion des programmes radios sur Internet. Ces pratiques pourront être exploitées par des radios qui projettent adopter ce mode de diffusion.

---

[3] Francis BALLE, Op. cit., pp. 237-238

- Sur le plan personnel

Cette étude est motivée par un penchant que nous avons développé pour l'utilisation des NTIC dans le secteur de l'audiovisuel. Elle participe également de l'enrichissement de nos connaissances générales sur le fonctionnement des radios notamment celles qui ont développé en elles la production et la diffusion par Internet.

3- Raisons du choix

A l'heure actuelle, plus de cinq cent millions de personnes utilisent régulièrement les NTIC, notamment le remarquable outil né de cette révolution qu'est Internet.

L'implantation véritable au Cameroun en 1997[4] de cet outil, avec depuis lors les conséquence sur différentes strates de la société camerounaise notamment les médias, constitue notre première motivation.

De même, la mise en ligne du tout premier programme radio au Cameroun en mai 2002 avec la diffusion du journal du Poste National sur le site en construction du Ministère de la Communication « Audio news.net »[5]. Etant comme tout être humain influencé par toute innovation, nous avons eu envie d'explorer ce phénomène nouveau : la Radio sur Internet.

Avec la libéralisation de la communication audiovisuelle au Cameroun, les radios locales ont connues une expansion considérable notamment dans le secteur privé. Nous avons donc choisi d'orienter notre travail vers l'une de ces radios notamment celle qui diffuse sur Internet, *SKY ONE Radio*.

4- Problématique

Michel BEAUD dans *l'art de la thèse* définit la problématique comme « *l'ensemble construit autour d'une question principale, des hypothèses et des lignes d'analyse qui permettront de traiter le sujet choisi* »[6]. C'est dans ce sens que nous avons construit notre problématique à partir d'une orientation théorique en rapport avec l'objet d'étude et basée sur une question principale.

---

[4] Serge Eric Willy YONDOU, *Le Cameroun en marche vers la société de l'information*, in Fréquence Sud, 2001. p 175

[2] NGO TJOMB, *TIC et communication des institutions publiques*, mémoire ESSTIC, juin 2002.

[6] Michel BEAUD, L'Art de la thèse, nouvelle édition, La Découverte, Paris, 2006, p 11

*** Question principale**

Entre la radio et Internet, c'est les mêmes principes ou presque, avec cependant une particularité : un média qui diffuse dans un autre. Pourtant chaque média a un rôle, une mission, un canal précis.

Il s'agit précisément dans ce rapport nouveau de voir comment **une nouvelle technologie change les pratiques socioprofessionnelles**. Ceci invite à un certain questionnement :

L'adoption d'Internet comme moyen de diffusion par une radio locale a-t-elle des répercussions sur son système organisationnel et fonctionnel?

Comment une radio locale peut-elle s'approprier cette nouvelle technique de diffusion?

*** Hypothèse**

Selon *Raymond QUIVY* et *Luc VAN CAMPENHOUDT*[7], l'hypothèse se présente comme une réponse provisoire à la question spécifique de recherche. *Pierre RONGERE* la définit comme « *une proposition de réponse aux questions que l'on se pose à propos de l'objet de recherche, formulée en termes tels que l'observation et l'analyse puissent fournir une réponse* »[8]

L'hypothèse est donc une supposition que l'on fait d'une chose possible ou non et dont on tire une explication. Dans cette optique, la réponse hypothétique que nous pouvons formuler à la suite de notre questionnement est la suivante :

Une radio locale qui adopte Internet comme nouveau mode de diffusion fait face à des exigences de ressources supplémentaires et une nécessité de réorganisation de pratiques professionnelles.

Cependant, bien pensée, la « montée » sur Internet peut être soumise aux multiples usages d'une radio locale.

---

[7] Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT, *Manuel de recherche en sciences sociales*, 2è Ed. Dunod, 1995. p 119
[8] RONGERE, P, *Méthode de sciences sociales,* 3è Ed., Paris, Dalloz, 1979, p 23

Cette hypothèse s'articule autour de trois concepts principaux :

1- **Radio** locale.
2- **Pratiques professionnelles** consécutives à la mise en ligne.
3- Intégration d'**Internet comme usage** d'une radio locale.

Le premier concept fait référence à la notion de radio. Tandis que le second traduit les répercussions de la mise en ligne des programmes sur son fonctionnement. Les stratégies d'appropriation viennent préciser comment une radio locale peut s'attribuer ou projeter s'attribuer ce mode de diffusion.

* Méthodologie

Notre travail de recherche a obéit aux principes fondamentaux relevant de la démarche scientifique, laquelle démarche est constituée de l'ensemble des procédés utilisés dans le but de vérifier les hypothèses.

De ce fait, la méthodologie, *« mode de confrontation des idées issues à la fois de l'expérience et de l'imagination aux données concrètes, dérivées de l'observation en vue de confirmer ou de rejeter ces idées de départ »*[9]est la démarche par excellence de collecte des données et d'informations nécessaires à la vérification des hypothèses.

Par ailleurs, notre travail a eu pour base la question « *avec quels effets* » du paradigme de *Harold LASSWELL* qui est le suivant : « qui dit quoi, par quel canal, à qui et avec quels effets ? ».

a) cadre théorique

Notre travail s'est inspiré de la théorie de l'innovation, étant entendu que la « *Radio sur Internet* » ou « *Radio on line* » est un processus d'innovation technologique dans un domaine de la vie sociale.

Notre étude se situe au niveau des pratiques professionnelles nées de l'introduction d'une technologie dans un domaine de la vie sociale et au niveau de l'appropriation de cette technologie.

---

[9] CHINDJI-KOULEU, F, *Mes premiers pas dans la recherche*, Saagraph, Yaoundé,2003, p136

[10] FLICHY, P, *L'innovation technique*, Paris La Découverte, 1995

Pour cela, nous avons choisi l'approche « *socio-technique* » développée par *Patrice FLICHY* [10] dans son ouvrage « *L'innovation technique* ». Cette approche de *FLICHY* conçoit l'innovation technologique comme un processus jamais achevé qui se caractérise par le rejet de la séparation entre le moment de la conception et le moment de l'usage. Par ailleurs, elle lie la technologie nouvelle à l'usage dans la mesure où celle-ci donne naissance aux pratiques socioprofessionnelles nouvelles.

Nous avons également fait recours à l'approche alternative de la théorie de l'innovation développée par *LEMASSON P,* et *WEIL B*, dans « *La construction des fonctions –innovation- dans l'entreprise* »[11]. Cet approche identifie les modèles de processus d'adoption de nouvelles technologies réussis au sein des entreprises qui se sont dotées en perspectives d'une organisation spécifique dont le rôle consiste à piloter astucieusement les questions technologiques soulevées par les innovations en cours ou projetées. Pour cette approche, l'adoption d'une technologie nouvelle résulterait donc d'une innovation d'organisation.

b)- Observation

Pour *Raymond QUIVY* et *Luc VAN CAMPENHOUDT*[12], l'observation comprend l'ensemble des opérations par lesquelles le modèle d'analyse (hypothèse et concepts) est soumis à l'épreuve des faits, confronté à des données observables. Une observation bien mener répond à deux questions :

- observer sur qui ?
- Observer comment ?

Observer sur qui ?

Elle consiste à circonscrire notre champ d'analyse dans l'espace géographique et social.

Notre travail porte sur la mise en ligne des radios. Dans ce cas, nous avons observé une radio locale de Yaoundé plus précisément *SKY ONE Radio*, car elle diffuse ses programmes en ligne à travers son propre site Internet.

---

[11] LEMASSON P, et WEIL B, *La construction des fonctions « innovation » dans l'entreprise*, actes du 8è colloque IPDM, 2001

[12] Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT, Op. cit.,, p53

[13] Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT, Op. cit.,, p204

En fait, deux autres radios sur la bande FM à Yaoundé, à savoir *Radio Environnement* et *Radio TIEMENI SIANTOU* diffusent également leurs programmes en ligne cependant à travers les sites Internet des partenaires. Ceci, à priori n'a pas d'incidence sur le fonctionnement, étant donné que le partenaire en l'occurrence l'*UICN* dans le cas de Radio Environnement, récupère uniquement le signal et le met en ligne.

Observer comment ?

Elle consiste à définir les méthodes de collecte utilisées. Pour rassembler nos données, nous avons fait usage de:

- ***l'observation documentaire ou analyse des documents*** :

Elle est considérée par *Raymond QUIVY* et *Luc VAN CAMPENHOUDT*[13] comme la récolte des données existantes.

Le recueil des données existantes s'est fait en consultant les ouvrages spécialisés, les revues spécialisés, les mémoires, les périodiques, les documents officiels de la chaîne *SKY ONE* et les sources Internet.

- ***L'entretien semi directif ou semi dirigé*** :

Il est considéré par *Raymond QUIVY* et *Luc VAN CAMPENHOUDT*[14] comme un entretien ni entièrement ouvert, ni entièrement canalisé par un grand nombre de questions précises.

Pour se faire, nous nous sommes entretenus avec les acteurs principaux, en organisant des entrevues avec l'Inspecteur général, l'Administrateur délégué, le Directeur des programmes, le Directeur de l'information, et le Web master de *SKY ONE Radio*.

* **Orientation (guide) des entretiens** :

- Les entretiens avec l'Inspecteur général et l'Administrateur délégué étaient orientés vers trois préoccupations essentielles à savoir, les besoins supplémentaires nés de *la montée sur le Web* (matériels, compétences supplémentaires et logistiques), la

[13] Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT, Op. cit.,, p204
[14] Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT, Op. cit.,, p195

redéfinition de la stratégie éditoriale (rupture avec les pratiques habituelles, programmes et programmation) et l'organisation interne.

- L'entretien avec le Directeur des programmes était essentiellement centré sur la programmation de l'antenne (grille des programmes), la spécialisation et le format des programmes.

- L'entretien avec le Directeur de l'information portait sur la sélection et le filtrage des informations et les genres rédactionnels nouveaux (outils que disposent désormais les rédacteurs pour forger l'information).

- L'entretien avec le Web master était basé sur la particularité de sa tâche et son intégration dans la chaîne.

- ***l'observation directe*** :

Elle est basée sur l'observation visuelle, l'observation directe, selon *Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT*[15] captent les comportements au moment où ils se produisent par l'intermédiaire d'un document (analyse des documents) ou un témoignage (entretien).

Pour cela, nous avons pendant le mois de janvier 2009 accédé au site Web de *SKY ONE Radio* et observer la conduite de la mise en ligne des programme au sein de cette Chaîne en terme de pratiques professionnelles.

5- Revue de la littérature

Une recherche bien menée, nécessite une analyse des connaissances préalables sur le phénomène étudié. Les études suivantes nous ont édifiés dans ce sens.

Ignace Bertrand MOUDOLOCK (1997) dans son ouvrage intitulé « *Internet au Cameroun pour quoi faire ?* » soulève essentiellement l'importance culturelle d'Internet et préconise sa vulgarisation au Cameroun. En fait, cet ouvrage se veut un plaidoyer en faveur d'une plus grande prise en compte d'Internet dont l'usage est

[15] Raymond QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT, Op. cit.,, p199

porteur de promesses d'avenir pour peu que les mutations induites soient bien accompagnées.

A cet effet, l'*Institut PANOS Paris* (1999) dans « *Internet à l'usage des journalistes africains* », propose un guide d'utilisation d'Internet pour les médias d'Afrique. Dans cet ouvrage, les particularités de ce réseau sont également soulevées ainsi que la conduite à tenir pour le succès de la mise en ligne des médias africains.

Pascal LAPOINTE (1999), dans son ouvrage *« Le journalisme à l'heure du Net »*, propose un guide pratique pour découvrir et utiliser Internet. Egalement dans cet ouvrage, *LAPOINTE* considère la production sur Internet comme une production capable de retenir l'attention du public dans la mesure où celle-ci produit une information interactive.

Dans un article en ligne intitulé « *Les médias sur Internet : ressources et enjeux pédagogiques* », *Serge GUERIN* fait un panorama économique des médias en ligne. Pour ce journaliste, auteur de la « *Cyberpresse : la presse et l'écrit, of line, on line*»[16], la diffusion des médias sur Internet a permit de renouveler le « *modèle mass médiatique* ». En quelques années se sont succédées des innovations ou des modes comme la théorie du « *Push média* », une profusion d'études et les sites portails. *Serge GUERIN* affirme par ailleurs qu'Internet a créé une relation interpersonnelle entre les médias et leurs publics et permet ainsi la réduction de certaines charges notamment celles liées à la diffusion des contenus.

Dans son mémoire (DSTIC) intitulé « *L'organisation et le fonctionnement de la cyberpresse au Cameroun : le cas de Afrik'Net Press* », *Nathalie NJOKI YOUMBA* (2000) décrit le processus de production et l'organisation économique du cyberjournal *Afrik'Netpress*. Elle relève les besoins matériel et financier et les techniques qu'exige la production en ligne.

---

[16] Paris, Hermes, 1996

Le travail de recherche d'*Ingrid Alice NGOUNOU* (2004) pour l'obtention d'un DSTIC, s'intitule « *la presse camerounaise à l'épreuve de la convergence numérique* ». Ce travail est une évaluation de la presse camerounaise face à la convergence numérique. Il examine l'intégration de la mise en ligne sur le plan infrastructurel et humain en analysant le dispositif technique et les éléments nouveaux qui rentrent dans la construction du discours.

Richard AWONO (2005) dans son mémoire de Master/DEA intitulé *« L'information en ligne entre idéal et normatif et expériences d'acteurs : offre, discours et dynamiques de construction d'une presse en ligne au Cameroun »*, analyse, au regard de l'expérience camerounaise les modalités de mise en place et de développement d'une presse en ligne et la manière donc elle se construit.

Pour *AWONO* la presse en ligne au Cameroun n'est pas encore une catégorie médiatique propre car ces modes de production sont conditionnés par les facteurs économiques et professionnels liés à l'insuffisance de ressources et l'absence de techno journalistes.

Emilie NGO TJOMB ASSEMBE (2005) relève que la diffusion par le canal Internet est déterminante dans la compréhension des rapports entre les diffuseurs et les acteurs sociaux. Son mémoire intitulé « *TIC et communication des institutions publiques : le cas du centre multimédia du MINCOM* » (DSTIC) propose une réorganisation du centre multimédia du MINCOM selon les obligeances d'Internet, afin de fournir à l'administration publique une meilleure connaissance de son environnement.

Benjamin Gérard ASSOUZO'O (2001), évoque les rapports entre Radio et Internet. Dans son mémoire (DSTIC) intitulé « *Radio et Internet : complémentarité ou antagonisme ?* » *ASSOUZO'O*, dans ce rapport d'un nouveau type voit l'intérêt qu'une radio locale peut tirer de sa diffusion sur Internet, au de là du fait que ces deux médias soient complémentaires. Il résulte de cette étude que l'intérêt d'une radio locale à diffuser sur Internet est à la fois culturel et économique. Internet est un réseau mondial qui offre des opportunités de rayonnement à faible coût, tout en permettant à une

station radio locale de mieux atteindre ses objectifs sociaux, culturels, politiques et économiques.

Nadine NTCHOUBET (2004), par contre soulève les facteurs qui limitent la mise en ligne d'une radio locale. Dans un mémoire (DSTIC) intitulé « *Les entraves dans la mise en ligne de la diffusion sonore au Cameroun : le cas de Radio Environnement* ». *NTCHOUBET* énumère les limites de la diffusion sur Internet des programmes des radios dans le contexte camerounais. On note :

- les problèmes conceptuels liés au fait que ces programmes sont mis en ligne à travers les sites des partenaires.
- des problèmes techniques liées à la faiblesse de connexion qui affecte le rendu en ligne.
- Des problèmes d'ordre professionnel liés au manque de maîtrise par le personnel des outils de l'Internet.

Jusque là les travaux qui nous précèdent se sont essentiellement penchés soit sur les aspects économiques et culturelles soit sur les facteurs de développement des « *Média sur Internet* ».

Notre travail étudie le phénomène de « *Radio sur Internet* » et son incidence réelle sur le mode organisationnel et fonctionnel d'une radio. Sa particularité réside dans la transformation des pratiques et de l'organisation qu'induit la montée d'une radio sur Internet.

6 – Définitions des concepts opératoires

Dans le souci d'éviter toute ambiguïté ou confusion, nous donnons ici les définitions des concepts clés.

- Radio locale

Pour *Jean KOUCHNER*, « *une radio locale c'est d'abord une radio de proximité* »[17]. Selon lui cette proximité est à la fois géographique et culturelle.

---

[17] KOUCHNER, Jean, *Radio locale : mode d'emploi*, Paris Ed. CFPJ, 1994

La radio locale est une station de radio qui émet à partir d'une localité donnée avec une capacité d'émission ne pouvant aller au de là d'une couverture territoriale.

- Internet

Le dictionnaire *LAROUSSE*[18] considère Internet comme un réseau télématique international, résultant de l'interconnexion de multiples réseaux utilisant un protocole de communication commun (Web).

Internet est aussi une série de déclinaisons dont l'utilité variera selon le profil et les motivations de chaque utilisateur : téléchargement de fichiers (FTP), pilotage d'ordinateurs à distance (Telnet), accès à des forums de discussions (Newsgroup), conversation stylisée en temps réel (IRC), mise en ligne des médias (Cyberpresse, Cyberradio).

Dans ce travail, il sera d'avantage question d'un réseau d'ordinateurs interconnectés qui permettent progressivement d'envoyer les informations de toute nature, d'un bout à l'autre de la terre, de manière instantanée et interactive.

- Mise en ligne

C'est la diffusion sur Internet. *L'Institut PANOS Paris* la qualifie de « *montée sur le Web* »[19].

- Fonctionnement

Manière dont quelque chose fonctionne. Ce terme renvoie à l'ensemble de rôles et d'utilités des éléments d'une entité.

- Pratique professionnelle

Dans le *Dictionnaire de la pensée sociologique*, *RADCHIFFE-BROWN* considère ce concept comme le fait d'exercer une activité régulière, s'y adonner habituellement à travers sa contribution au maintien de la continuité d'une struture[20].

---

[18] Ed. 2006
[19] l'Institut PANOS Paris, Op. cit., p62
[20] *Dictionnaire de la pensée sociologique,* Paris, Ed. PUF, 2005, p273
[24]1*Dictionnaire Hachette Encyclopédique*, Paris, Ed. 2006

- Incidence

Répercussion que peut faire un phénomène précis sur le déroulement d'une action.

- Appropriation

Le dictionnaire *Hachette Encyclopédique*[21] définit ce terme comme l'action d'adapter quelque chose à son environnement.

- Radiodiffusion

C'est la transmission des informations par ondes hertziennes.

7- Structure de notre étude

Notre travail présente deux grandes articulations. La première partie va s'appesantir sur les notions de radio et d'Internet. Par la suite elle présente la particularité du phénomène « *Radio sur Internet* ».

La seconde partie, quant à elle, présente notre champ d'étude et montre comment la mise en ligne de ses programmes nécessite de ressource supplémentaires en terme de matériels, de compétences nouvelles et une réorganisation interne. La fin de cette troisième partie, en guise de perspective, montre comment l'adoption d'une technologique nouvelle est intégrée dans les usages des radios. Cela, au regard du fonctionnement des radios occidentales comme RFI, qui se sont bien appropriées la diffusion sur Internet.

---

[21] *Dictionnaire Hachette Encyclopédique*, Paris, Ed. 2006

Zoom sur « Radio sur Internet »

La notion de radio

Section I : Histoire de la radio

I_1 – Invention

L'histoire de la radiodiffusion relève de cinq inventeurs selon les grandes encyclopédies :

- Pour *Lexicon der Deutschen Buchgemeinschaft* (Allemagne), *HERTZEN* est le père fondateur de la radio.
- Pour *Malaia Soviestkaia Entsiklopedia* (Russie), c'est *POPOV*.
- Pour *Nuava Enciclopedia Souzoquo* (Italie), *Marconi* est le créateur.
- Pour *Larousse Universel* (France), *BRANLY* puis *MARCONI* sont les pères fondateurs.
- Pour *Encyclopedia Britanica* (Grande Bretagne), c'est *LODGE* qui créé la radio.

En fait, la radio se développe parallèlement dans plusieurs pays et les découvertes de plusieurs inventeurs ont été associées. Le mathématicien anglais *James MAXWELL*, est généralement placé à la tête des inventeurs grâce à ses études sur le caractère ondulatoire de la lumière et celles sur l'électrification et le magnétisme dans les années 1860.

Cependant, la création du concept de Radio est à mettre au crédit de l'italien *Gugliemo MARCONI*. Le 02 juin 1896, il dépose le brevet d'invention de la télégraphie sans fil (*TSF*) en Grande Bretagne et transmet en 1899 le premier message hertzien au-delà du fleuve La Manche. Ce moyen de radiodiffusion, très utile pendant la première guerre mondiale dans les opérations navales, sous-marines et dans l'aviation, constitue *« dans l'univers de la radiodiffusion l'équivalent de ce que représente la découverte de l'imprimerie dans celui de la presse écrite »*[22].

[22] Francis BALLE, *Média et société*, 11è éd., Paris Monchrestien, 2003

à des expériences de laboratoire. Par la suite, il a défini un premier usage social, la

communication militaire qui lui fournit de premiers revenus sans l'obliger à élaborer une stratégie de mise sur le marché.

I_2- Banalisation et évolution technique

En 1917, la radio va rapidement se développer aux Etats-Unis avec la délivrance de 8500 autorisations d'émettre et un parc de récepteurs estimés à environ 125 000. Avant cette date, il n'y a encore que cinq stations professionnelles aux Etats-Unis. En huit mois, 450 nouvelles stations apparaissent. L'Amérique tout entier avec ses multiples récepteurs vivra par les ondes pour la première fois en 1920, la campagne des élections présidentielles opposant *Warren HARDING* à *James COX*. De même, en novembre 1922, le premier journal radiophonique français est diffusé depuis la Tour *EIFFE*L, tandis qu'une semaine plus tard, une chaîne anglaise, la future *BBC* diffuse quelques nouvelles par la voie des ondes.

Ce mouvement social a fourni non seulement les premiers auditeurs mais également les premiers professionnels. A cet instant l'usage social de la radio se modifie fondamentalement. Vecteur de transmission maritime, la radio devient alors un média de masse caractérisée par la taille de son audience, « *une audience de 100 000 garçons peut être atteinte chaque soir sur tout le territoire américain par la télégraphie sans fil. Sans aucun doute, il s'agit là de la plus large audience du monde. Aucun public de football ou de base ball, aucun congrès, aucune conférence ne peuvent se comparer à elle* »[23] affirmait à cette époque le romancier Francis COLLINS.

En Europe, c'est le même succès : en novembre 1922, la tour Eiffel permet de diffuser le premier journal radiophonique français. Dans les pays totalitaires (Allemagne, URSS, etc.) on pense que la radio est idéale pour transmettre la politique propagandiste, c'est ce qui fera son succès et le développement de son utilisation durant la Seconde Guerre Mondiale.

---

[23] in *Wireless Man, la dimension nouvelle de la radio*, New York, 1912, p153

avant-guerre aux radios privées, remettant en quelque sorte le compteur à zéro. Si l'on

se concentre sur le paysage radiophonique géographiquement proche de la France, on note que c'est en 1955 que l'apparition d'Europe 1 bouleverse la façon d'écouter la radio : le divertissement fait son entrée. La radio devient moins formelle, notamment par la création dans la même période de Radio-Luxembourg, Radio-Monte-Carlo et Sud-Radio.

Les premières radios libres, celles que l'on surnomme « pirates », apparaissent dans les années 1970, période durant laquelle, simultanément, les radios vont subir la concurrence de la télévision, grande avancée de l'époque. Vers la fin des années 70, plus des milliers de radios pirates existent, mais le statut de ces médias pose problème et les opinions des auditeurs sont partagées sur ce point.

Le débat prend fin en France quand, en 1981, François Mitterrand arrivé au pouvoir, permet la libéralisation de la communication radiodiffusée grâce à la loi du 29 juillet 1982. C'est ainsi que différents types de radios vont se développer sur la bande FM : des radios locales et communautaires, tels que Radio Notre Dame, des radios thématiques (musique, culture, information diffusée en continu) et des radios franchisées.

L'évolution rapide de la radio est également caractérisée par sa suprématie sur le terrain de l'information « chaude », car comme le dit Francis BALLE « *en diffusant le récit d'un fait de l'actualité alors qu'il se déroule (..), la radio modifie la manière dont l'information est prévue. Elle confère au journaliste, reporter de l'actualité, un pouvoir de démiurge, car l'événement est porté à la connaissance du public, tandis que celui-ci en ignore encore l'issue* »[24].

L'arrivée des semi-conducteurs à savoir le transistor en 1947, le circuit intégré en 1959 et le microprocesseur ou puce en 1971 ouvre de nouvelles perspectives à la radio en la rendant plus mobile et moins onéreuse. De même, la modulation de fréquence (Bande FM) se développe et offre une meilleure qualité d'écoute.

Cette évolution technique a favorisé le développement de la radio sur trois plans :

[24] op. cit.

- en premier nous avons la segmentation de son audience, avec la prise en compte de la diversité de ses goûts et de ses centres d'intérêt.
- En deuxième, il y a sa décentralisation à travers la création des zones d'émissions de proximité de très faible puissance (radios locales).
- En troisième, sa diversité avec la naissance d'une multitude de services et de pratiques professionnelles (Information, programmes, production etc.).

I_3- L'implantation en Afrique

L'installation de la radio en Afrique coïncide généralement avec l'avènement de l'autonomie ou de l'indépendance. Elle est plus ancienne dans les régions sous domination anglaise : les premiers relais d'émission de la *BBC* furent installés en 1924 en Afrique du Sud, en 1928 au Kenya et en 1932 au Nigeria. La diffusion d'émissions locales en anglais commence effectivement en 1940 à Accra.

Dans la zone à domination française, les premières stations radios furent installées en avril 1931 à Madagascar par le gouverneur, en avril 1936 à Brazzaville par un européen et à Dakar en 1937.

Le développement des émissions produites en Afrique et la création de nouvelles stations connaissent véritablement leur essor avec la deuxième Guerre Mondiale. Les Anglais très tôt se préoccupent de développer une audience en lançant en 1941 le début des émissions en langues africaines et indiennes au Kenya. Toujours dans le souci d'utiliser d'avantage la radio pour s'adresser aux populations africaines, le *Colonial Office* et la *BBC* développe la radiodistribution à fil et les récepteurs communautaires.

En Afrique francophone, ce n'est qu'au terme d'une mission de Pierre SCHAEFFER en 1954 que le gouvernement créé la SORAFOM et met en place un réseau de stations.

Partout la radio devient un organe du régime politique en place reposant sur le Chef de l'Etat, le parti unique et souvent l'armée. Aussi, les coups d'Etat et révolution connaissent leur succès avec la prise des bâtiments de la radio et l'intronisation du nouveau pouvoir par une allocution radiophonique.

Estimé à 360 000 unités en 1955, le nombre de récepteurs radio passe de 4 200 000 en 1965 à 70 200 000 en 1995 en passant par 18 500 000 en 1975 et 42 600 000 en 1985.

Au Cameroun la création de la radiodiffusion n'échappe pas au contexte de Guerre Mondiale. La première station fut installée à Douala en 1940 avec pour mission de rediffuser les bulletins d'information et communiqués de guerre de la France libre dans le but de mobiliser les colons citoyens d'origine métropolitaine et les sujets indigènes. Par la suite la SORAFOM installera en 1955 deux émetteurs à Yaoundé future capitale et un autre à Garoua en 1958.Le processus s'achève au lendemain de l'indépendance en 1963 avec la naissance, sous le signe de la nécessité, de Radio Cameroun, don de la colonisation française.

Section II : Radio comme élément fort de la vie sociale

II$_1$- Média le plus utilisé

Malgré le développement des autres médias, la radio reste le média le plus utilisé. Sa prépondérance est renforcée par son oralité, la taille de son audience, sa mobilité (le développement de postes transistor ne nécessitant pas l'électrification) et le faible coût de ses installations : la FM multiplie les émetteurs et la diffusion en langue pour des communautés de milliers de personnes.

Dans les années 90, avec le lancement de la FM et ses émetteurs de 20 watts mis au point par la société britannique MOLLARD FM, la radio devient le média le moins coûteux. Pour environ 1 500 000 Fcfa vous avez un émetteur de 20 watts. Le développement des NTIC entraîne également la multiplication des radios à faibles

moyens et la formation de sociétés de location de studios de radio à l'instar de l'Afrique du Sud et la Côte d'Ivoire.

Au Cameroun, l'écoute généralisée de la radio en fait le média le plus influent ; en septembre 1996 l'audience de la veille atteignait 75,9% de la population de 15 ans et plus à Douala et à Yaoundé. Par ailleurs, une enquête[25] de juillet 1998 à Douala et à Yaoundé, montre que 89,2% des personnes d'un échantillon représentatif de la population, sont équipés d'au moins un poste de radio ; le décalage le plus flagrant existe entre les catégories les plus aisées (99,5%) et la plus démunie (66,5%) ; mais 94,5% écoutent la radio (86,5% des démunis) ; 91,9% sont des auditeurs réguliers (écoutent au cours de la semaine écoulée) 78,1% chez les démunis.

Avec l'importance de la vie communautaire, le nombre des auditeurs est forcément supérieur à celui des seuls possesseurs de poste ; les principales difficultés en zone rurale pour les auditeurs viennent de la fourniture des piles à renouveler et pour les promoteurs des pannes des émetteurs dans les régions les plus éloignées.

II_2- Place dans la société

On peut observer à travers son histoire que la radio constitue un élément déterminant et décisif de l'évolution des sociétés par son action sur l'opinion publique et le champ des pratiques lié à ses activités.

La radio sert de tribune à l'expression des idées, programmes et mots d'ordre des hommes politiques et mobilise les citoyens au profit et au service d'une certaine opinion. C'est l'exemple cité plus haut avec l'installation de la toute première station radio à Douala. Cette station avait pour rôle de rediffuser les bulletins d'information et communiqués de guerre de la France libre dans le but de mobiliser les colons citoyens d'origine métropolitaine et les sujets indigènes contre l'occupant Allemand et ses alliés.

La radio joue également un rôle important dans les révolutions et crises. Nous l'avons souligné, la prise des bâtiments de la radio à une certaine époque était synonyme de prise de pouvoir.

[25] *Etude média Cameroun urbain*, HPCI Media, Paris, 1998

Par ailleurs, les multiples mutations et modes de transmission de la radiodiffusion des pratiques de la radio se structure désormais autour de trois pôles :

- le pôle public
- le pôle commercial
- le pôle confessionnel et communautaire

Ces trois pôles structurent le secteur de la radio comme un champ institutionnel car des stratégies et logiques de pouvoir s'y développent.

Le pôle public détenu par le pouvoir politique est le pôle principal de la communication radiophonique. Ce pôle vit une concurrence de plus en plus vive des radios privées surtout dans les métropoles africaines. Cette concurrence les oblige à innover, c'est le cas du Cameroun avec la création de FM 94 à Yaoundé, FM 105 à Douala, Mont Cameroun FM à Buea pour ne citer que celles là.

Quant au pôle commercial, son développement est la solution a un souci d'épanouissement de tout un secteur de la communication publicitaire, aux préoccupations d'esthétique et culturelle innovantes et de styles nouveaux de la communication radiophonique.

Pour ce qui est du pôle confessionnel et communautaire, il s'articule :

- pour les églises, autour du rôle et de la nécessité de l'évangélisation et la critique des dérives politiques et sociales contraire à l'éthique et à la foi.
- Pour les communautés, autour des éléments de promotion des cultures hétérogènes qui fondent la diversité culturelle en Afrique et participent à son enrichissement.

II_3- Radio locale

La naissance dans les années quatre vingt de la bande FM telle qu'on la connaît et qu'on l'utilise aujourd'hui et l'euphorie de la libération des ondes sont à la base du lancement de nombreuses radios locales privées. Elles sont à la fois des radios de proximité et de services.

- **Radio de proximité**

L'intérêt de la radio locale réside avant tout dans une localisation réduite sur un territoire connu. Son succès est inversement proportionnel à l'importance de son aire d'écoute car la loi de proximité joue ici à plein.

Une radio locale bien conçue qui s'identifie à une ville sera plus écoutée qu'une autre aussi bien faite s'identifiant à une région, entité administrative plus lointaine, dans laquelle on se reconnaît beaucoup moins. C'est le cas par exemple au Cameroun, où Les populations de BATCHAM sont plus proches de Radio BATCHAM que de la station CRTV Ouest. De même, notre champ d'étude SKY ONE Radio intéresse d'avantage les populations de Yaoundé que la Station CRTV Centre.

Nous avons là une règle générale, dont il faut tenir compte avec discernement et en fonction des réalités locales. Certaines radios locales se sont taillées un beau succès en s'identifiant à des grands ensembles. C'est le cas de la station FM 94 qui s'adresse à un large public constitué des différentes localités des Régions du Centre et du Sud Cameroun.

Par ailleurs, l'appartenance à une même origine sociale et culturelle fonde des intérêts communs au point de provoquer la création d'un instrument de communication radiophonique avec des programmes construis à partir d'une étude de la demande culturelle de la cible. Ainsi sont nées au Cameroun des radios locales publiques et privées reposant sur une origine estudiantine à l'instar de *Radio Campus* de l'Université de Yaoundé II, *Radio Lumière* de l'Université Joseph NDI SAMBA et *Radio TIEMENI SIANTOU* de l'Institut SIANTOU.

- Radio de services

Parmi les traits communs des radios locales que l'on peut dégager, l'aspect radio de service domine. Que ce soit dans les métropoles (embouteillage, grèves des taxis ou motos taxis, retard de trains, incendie d'un grand magasin ou d'une grande surface etc.) ou dans les localités plus rurales (grave accident, affaire de sorcellerie, assassinat etc.), toute une série d'informations pratiques sont quotidiennement nécessaires. Les donner tout le temps à l'antenne confère à une radio locale une utilité qui la légitime.

C'est à ce niveau que la radio locale se démarque d'une antenne nationale. Car le Poste Nationale CRTV peut donner des informations à grands traits sur les embouteillages sur le pont du Wouri à Douala au moment des départs ou retours des vacances par exemple, mais elle ne pourra jamais le faire avec autant de précision que la station FM 105 de Douala.

Généralités sur Internet

L’Internet est né de la mise en commun des idées et des talents d’un grand nombre de personnes. Des organismes et individus ont travaillé ensemble pendant des dizaines d’années pour qu’Internet soit ce qu’il est aujourd’hui.

Section I : Historique du réseau Internet

I1- De l’ARPA à l’Internet

En 1960, le Président des Etats-Unis *EISEN HOWER* fait une demande au Ministère de la défense : mettre en place un système de communication infaillible entre toutes les bases américaines disséminées dans le monde. A travers un département dénommé *ARPA* composé de plusieurs centres militaires de recherche, le Ministère conçoit un système qui permet d’une part de connecter tous les ordinateurs de l’armée géographiquement distants, de marque et de génération différente et d'autre part de résister à toute explosion nucléaire. L’idée de base de la conception de ce système fut de diviser l’information en plusieurs paquets. Chaque paquet pouvant alors emprunter un itinéraire différent (Ligne téléphonique, faisceaux hertziens ou satellites). Ces paquets, reconstitués à l’arrivée pour composer le message d’origine, devaient porter un numéro et une adresse.

Le *TCP/IP* langage commun des ordinateurs élaboré par *Vint CERF* et *Bob KAHN*, deux informaticiens américains, permet de placer ces paquets dans des enveloppes sécurisées et d’ajouter l’adresse de l’ordinateur destinataire. Les premiers essais sont concluants.

En 1972, on recense 37 nœuds (il y’en avait 4 au départ). En plus des militaires, des savants et chercheurs commencent à se connecter au réseau ; *ARPANET* facilite

l'échange des résultats des recherches et des informations sur des projets entre les structures scientifiques. La messagerie est, dès lors, la première utilisation entre réseaux. Le système de liste permettant d'envoyer le même message à un nombre d'utilisateurs concernés par le même sujet est né à la même époque.

Au début des années 80, *ARPANET* se scinde en deux créant le réseau *MILNET* strictement réservé à l'usage militaire et *ARPANET* désormais ouvert aux structures indépendantes des autorités militaires. Le réseau *ARPANET* estimé trop coûteux en entretien et sans développement significatif est dissout et ses utilisateurs rejoignent le réseau *NSFNET*.

Le réseau *NSFNET* à la fin des années 80, reprenait la technologie mise en œuvre pour *ARPANET*, pour permettre aux écoles et université de se connecter entre elles. Quand en 1987, le *NSFNET* ne fut plus en mesure de transporter la masse d'informations disponibles, il subit une transformation à travers l'amélioration de ses capacités. Cette transformation aboutit à la mise sur pied d'un nouveau réseau au nom d'*INTERNET*.

I_2- Le World Wide Web

L e *Web* est créé au début des années 1990 par *Timothy BERNERS–LEE*, informaticien du *CERN* pour permettre aux chercheurs de travailler en commun et d'accéder facilement aux informations disponibles. Le *Web* et Internet sont deux choses bien différentes. Le premier est un logiciel qui s'exécute sur le deuxième. On y accède par l'intermédiaire d'un logiciel de navigation tel que *Netscape Navigator*, *Netscape communicator,* Microsoft Internet Explorer ou Opéra. Grâce à ce système, il devient possible de créer très aisément des pages d'informations respectant un standard. Le langage utilisé est le *Hyper text markup language* (Html).

Quand au logiciel permettant de naviguer, le premier sera mis au point par l'étudiant Illinois *Marc ANDREESSEN*. Il s'agit du logiciel « *Mosaïc* » qui sera distribué gratuitement. En Avril 1994, *Jim KLARK* quitte la présidence de *Silicon*

graphics et avec *Marc ANDREESSEN*, il crée une version évoluée de *Mosaïc* qui va être baptisée *Netscape Navigator*.

Section II : Les services d'Internet

II_1- La messagerie électronique

Est regroupé sous cette expression tout service impliquant un processus d'échanges d'informations entre deux ou plusieurs personnes. On distingue l'Electronical mail (E-mail), les groupes de news, l'IRC, les mailings lists.

a- L'Electronical mail

C'est le service le plus connu et le plus utilisé. La messagerie électronique (*le e-mail*) s'apparente au courrier classique à la seule différence qu'il n'est pas possible d'envoyer les objets matériels. C'est un service gratuit, rapide et moins cher.

Il permet d'envoyer des messages à un ou plusieurs correspondants à la seule condition que l'expéditeur et le destinataire se soient au préalable identifiés sur le réseau. Pour s'identifier, il faut disposer d'une adresse électronique qui doit toujours comporter le caractère typographique @.

Exemple d'adresse électronique : anatolabess2002@yaoo.fr. anatolabess permet d'identifier l'utilisateur et yahoo.fr indique le site qui héberge cette boîte électronique. Un mot de passe sert aussi de clé à la boîte.

b- Les newsgroups (groupes de discussions)

Ce sont des forums électroniques qui regroupent plusieurs personnes sur un sujet précis. Ils favorisent aussi la communication en direct. Lorsqu'un participant émet un point de vue ou pose une question, les autres peuvent le lire et réagir en direct. Les utilisateurs disséminés dans le monde peuvent lire tous les messages rédigés par d'autres abonnés et leur répondre soit collectivement, soit par le biais de leurs boîtes

électroniques personnelles. Il existe des milliers de groupes de discussion sur des sujets tels que l'environnement, la musique, la politique, le sport, l'actualité etc.

c- L'Internet Relay Chat (IRC)

Il présente pratiquement les mêmes caractéristiques que l'e-mail. La particularité ici réside dans la communication en temps réel qu'il offre. Les internautes connectés au même moment peuvent donc échanger des informations en direct sur n'importe quel sujet.

Ce service permet de discuter en temps réel avec d'autres internautes par l'interface de Messenger par exemple. Les messages que vous tapez sont aussitôt transmis à votre ou vos correspondant(s). Une ou plusieurs personnes peuvent communiquer avec vous instantanément. Il est très bien adapté à la conduite de l'interview.

La visioconférence également permet de dialoguer avec des interlocuteurs sur Internet en voyant les images en temps réel. Les ordinateurs des participants doivent être équipés d'une caméra miniature (*Web Cam*), d'un micro, d'une carte - son, de haut - parleurs, d'un logiciel permettant la lecture de vidéo, d'une application de visioconférence, d'une connexion rapide et d'un ordinateur performant.

d- Les mailings lists (liste de diffusions)

Ce sont des présentations différentes des groupes de discussions. Dans ce cas, les messages transitent par votre boîte à lettres et les newsgroups se trouvent sur les sites web. Les messages sont lus et envoyés à partir de votre navigateur. Contrairement aux newsgroups, elles fonctionnent à sens unique : *Emetteur - récepteur*.

II_2- Le File Transfer Protocol (FTP)

Ce service de l'Internet permet d'accéder aux serveurs de fichiers qui en conservent et en assurent la diffusion. Pour se connecter à un serveur *FTP*, il suffit de s'identifier

par une adresse électronique. Sur un serveur *FTP*, on peut télécharger un fichier contenant soit du texte, soit du son, soit des images

L e *FTP* est un ensemble de normes convenues et applicables à l'échange de fichiers à travers des différents réseaux de communication utilisant le protocole *TCP/ IP*.

II_3- Le push

Outil d'automatisation du *Web* à activer automatiquement dès le démarrage de l'ordinateur. Les données provenant des sites sélectionnés sont automatiquement lues et envoyées sur votre ordinateur. Le fait que l'information arrive sur votre bureau sans votre avis, amène à dire qu'elle est poussée d'où le terme «*push* ».

II_4- La Téléphonie

Ce service permet une communication vocale avec des correspondants par le biais d'Internet quelle que soit leur localisation géographique. Il suffit d'installer une carte son et un micro sur l'ordinateur et de se procurer le logiciel approprié. Cette prestation appelée « *netphones* » est proposée à moindre coût au Cameroun dans les Cybercafés.

II_5- L'audiovisuel sur Internet

C'est l'une des dernières trouvailles d'Internet ; Il existe en effet depuis quatre ans. Les logiciels comme *real audio* et *streamwork* permettent aujourd'hui d'écouter les sons et de transférer des fichiers audio. Pour utiliser cette application, il faut un modem qui a une vitesse de transfert élevée. Depuis l'apparition de ces logiciels qui compressent le son et permettent de le décompresser en temps réel, des stations de radio diffusant sur Internet ont ouvert leurs sites.

Le traitement de la vidéo sur Internet a suivi la même évolution que le son. La technologie *Quick Time de Apple* a été l'une des premières à permettre l'intégration

des vidéos sur Internet. L'extrait vidéo apparaît dans un cadre et en bas de celui-ci, on a les commandes nécessaires qui sont similaires à celles d'un magnétoscope.

Aujourd'hui, grâce à *real player*, vous lisez les images au fur et à mesure qu'ils apparaissent sur l'écran sans attendre le chargement complet de l'extrait. Pour avoir cette fonctionnalité, il est recommandé un modem d'une vitesse de transfert d'au moins *28,8 kbs*. En plus de *real player*, il y'a également *Vdolive* qui a pour particularité, permettre de visionner les journaux télévisés sur Internet.

II_6- Le Telnet

Encore appelé émulation de terminal, le *TELNET* favorise l'accès à un serveur distant afin d'interroger ses bases de données. Cette technique nécessite la disposition d'un compte et permet d'exploiter les données et programmes qui se trouvent sur un serveur en tapant la commande texte.

TELNET est en réalité un protocole de communication surtout utilisée dans le cadre de recherches documentaires. Il ne fournit à l'usager que les éléments pouvant conduire aux informations dont il a besoin.

Section III : Situation de l'Internet au Cameroun

III_1- Historique

En 1992, le Réseau intertropical d'ordinateurs (*RIO*), un projet de création de réseau national pour la recherche et l'éducation connecté à l'Internet est lancé par l'Institut français pour la recherche et le développement et l'Office de la recherche scientifique dans les territoires d'outre – mer (*ORSTOM*). Ce réseau donne accès au courrier électronique et au transfert des fichiers.

Au cours de cette même année, le Cameroun est connecté au réseau mondial *SATELLIFE* de Cambridge, dans le cadre du lancement du projet *HEALTHNET*, projet destiné au personnel de la santé.

En 1994, lancement à Yaoundé du noeud *CAMFIDO*. Son but est de fournir la possibilité d'échanger des informations à l'aide des connexions Internet peu coûteuses. Les transmissions du nœud *CAMFIDO* se font via Londres, par le réseau *GREENWET* pour les fax et les données, pendant que les mails sont transmis par des lignes téléphoniques usuelles deux fois par jour.

En 1995, un accord est signé entre l' *ORSTOM* et l'*ENSP*. Cet accord autorise l' *ENSP* à s'occuper de la maintenance du réseau *CAMFIDO*. Ce réseau désormais fonctionne 12 H par jour et 5 jours par semaine avec 5 connexions via Montpellier.

De 1995 à 1997, les universitaires de Yaoundé et les polytechniciens gèrent, sur le plan informatique, le domaine du Cameroun. Entre temps c'est-à-dire en 1996, l'Agence Universitaire de la Francophonie (*AUF*) met sur pied à Yaoundé un centre appelé *SYFED* avec des points de connexions dans les autres régions.

Le premier et principal nœud d'accès camerounais est installé par *INTELAM*, aujourd'hui *CAMTE*L, en mars 1997 à Yaoundé. Puis suivra quelques mois plus tard l'installation du nœud d'accès de Douala.

De nombreux *FAI* ouvrent leurs portes dès l'expérimentation de ces nœuds. Ils proposent des services tels que les consultations virtuelles, la construction des sites et des réseaux ou la connexion Internet. Il y' a également des services tels que le génie logiciel, la télématique vocale et les formations.

III_2-La connexion sur Internet

L'abonnement à Internet a lui aussi subi le coup de la popularisation. Il y'a 5 ans il n'était pas évident pour un particulier de prendre un abonnement Internet. Aujourd'hui, avec la baisse régulière des prix, l'abonnement à Internet se vulgarise.

A titre d'exemple, un abonnement Internet illimité haut débit coûte environ 35 000 Fcfa le mois à *CAMTE*L quand on dispose d'une ligne téléphonique. Un modem pour accès sur Internet haut débit sans fil coûte environ 50 000 Fcfa à *RINGO* un opérateur nouvellement installé. Il y'an 5 ans ces produits valaient le double voir même le triple de ces prix.

L'élément déclencheur de cette « révolution » est la multiplication des providers. Les Providers servent de « passerelle » vers Internet. Ils disposent d'ordinateurs performants qui sont reliés directement par des connexions permanentes à large bande passante. Le tableau suivant énumère quelques providers de la ville de Yaoundé (liste non exhaustive).

Tableau N° 1 : Les principaux *providers* de la ville de Yaoundé

Providers	Date	URL
Adafnet center	2000	www.adafnet.cm
Camnet	1997	www.camnet.cm
Cenadi	1997	www.cenadi.cm
Coopération française	1999	www.afd.cm
Gcnet	1998	www.gcnet.cm
Iccnet	1997	www. Iccnet.cm
Sndp	1998	www.sndp.cm
Spm	1999	www.spm.gov.cm
Uneca	1999	www.un.cm

Source : Ingrid NGOUNOU in *La presse écrite camerounaise à l'épreuve de la convergence numérique*, mémoire DSTIC, 2004, p. 40

III$_3$-Type de connexion et condition d'accès

Il existe deux types de connexion Internet au Cameroun :

- La connexion directe utilisée par les grandes entreprises, les universités qui disposent d'importants sites informatiques avec des terminaux et une liaison permanente avec le réseau Internet (ligne téléphonique spécialisée à grande vitesse, fibres optiques, liaisons satellites). Elle donne accès à la totalité des services d'Internet sans qu'il soit nécessaire de se connecter à chaque utilisation. L'ordinateur fait partie du réseau Internet. Cette connexion nécessite une liaison directe permanente entre les routeurs (Boîtiers permettant à deux ou plusieurs réseaux distants d'échanger des données) à chaque bout.

- La connexion à distance (Dial – up) réservée aux particuliers ou aux petites entreprises qui n'ont pas les moyens d'investir dans les liaisons spécialisées coûteuses. Elle consiste à se connecter à la demande sur un site distant afin de se relier à Internet. Ils utilisent les services d'un provider pour se connecter simultanément à Internet. Mais les performances sont moindres que celles des liaisons directes, elles dépendent en particulier de la vitesse du modem et de la qualité de la ligne téléphonique. Elle donne accès à la totalité des services Internet mais pas de façon permanente. Chaque accès nécessite une procédure de connexion. L'ordinateur fait partie du réseau, mais puisqu'on n'est connecté qu'à la demande, les messages doivent être stockés dans le serveur du *FAI*.

Pour accéder à Internet, il faut disposer :

- D'un modem rapide de 28800 Bps, 33600bps, 56000bps.

- D'un logiciel de connexion *PPP* (point – to – point protocol) ou *SLIP* (serial line Internet protocol).

Ces protocoles permettent de se connecter au provider à travers une liaison ponctuelle qui relie et intègre les clients au réseau internet.

La connexion a lieu en deux phases:

- Numérotation téléphonique et connexion au provider qui consiste à saisir le login et le mot de passe.

- Le *FAI* reconnaît ces éléments puis lance le protocole *PPP*, l'abonné à l'instant accède au réseau Internet. La rapidité d'accès, il faut le dire dépend également de la capacité de l'ordinateur de l'abonné.

Au Cameroun il existe deux types d'accès à Internet:

- L'accès par réseau téléphonique commuté.

- L'accès par liaisons spécialisées.

SKY ONE Radio, notre champ d'étude, dans le cadre de la mise en ligne de ses programmes utilise l'accès par réseau téléphonique commuté de *CAMTEL*. Mais au début du lancement du processus, l'accès par liaisons spécialisées de *MTN* avait été expérimenté, cependant ce réseau connaissait trop de coupures. Pour une radio sensée émettre en direct il a fallu l'abandonner pour un réseau téléphonique commuté de *CAMTEL*.

Il faut également noter que Le coût de l'abonnement dépend du type d'accès choisit.

La Radio sur Internet

L'avènement de la Radio sur Internet entraîne de tels bouleversements qu'il n'est pas abusif de parler de révolution. En effet, la *montée sur le Web* a propulsé la radio vers une autre ère.

Ce mode de diffusion s'accompagne d'inévitables préoccupations à savoir: les préalables d'une *montée sur le Web*, ses particularités, les opportunités de partenariat et la nouvelle identité visuelle qu'elle offre.

Section I : Préalables à la diffusion en ligne

Les moyens devant favoriser la mise en ligne d'une radio ne sont pas spécifiques à ce secteur. Ces moyens sont indiqués pour tout autre secteur d'activité. Seulement, nous observons quelques fois des spécificités pour la radio. Il s'agira des moyens matériels, des moyens financiers et des moyens humains

I_1- Les moyens matériels et financiers

Internet est une « *alliance de l'informatique et des télécommunications, la télématique au véritable sens du terme* »[26]. De cette définition, se dégagent les principaux éléments constitutifs d'Internet : l'informatique et les télécommunications.

L'accès à Internet n'est donc possible que par un ordinateur (informatique) et par un moyen de télécommunication (téléphone, câble, satellite). La ligne téléphonique reste le moyen fréquemment utilisé. Un modem permet de réaliser la connexion entre l'ordinateur et la ligne téléphonique, le câble ou le satellite. En définitive, pour utiliser Internet, il faut disposer d'un ordinateur, d'une ligne téléphonique et d'un modem. Pour *SKY ONE Radio* notre champ d'étude, c'est ce dispositif qui est utilisé.

Il faut néanmoins relever que toutes les personnes qui participent à l'animation d'un

[26] Frédéric VASSEUR, *les médias du futur,* 3è Ed., Puf, 1996, p.50

insuffisant. C'est la raison pour laquelle, il est nécessaire de disposer de plusieurs ordinateurs connectés sur Internet. Aussi choisira-t-on de préférence un modem dont la vitesse favorise un transfert très rapide des données.

A ce matériel sans lequel il est difficile de mettre en ligne le signal d'une radio, s'ajoutent d'autres accessoires moins nécessaires mais indispensables à son utilisation. Il s'agit des cartes son, les casques et les micros.

Par ailleurs, pour mieux coordonner sa diffusion sur Internet, un média peut aussi disposer d'un *service Internet* à l'instar de la rédaction, des services administratif, technique et commercial, du service de l'information et du service des programmes. Ce *service Internet* devra être équipé des moyens techniques énumérés plus haut et s'occupera essentiellement de questions ayant trait à la diffusion sur Internet. Il assurera, entre autres, la mise en ligne des programmes, le développement permanent du site, ce qui implique une mise à jour régulière des informations accessibles sur ce site. Cependant, ce ne sont pas seulement les informations qui doivent subir une mise à jour. Le matériel employé pour émettre sur Internet dont l'état de fonctionnement est déterminant pour la rapidité d'une connexion Internet, nécessite un renouvellement après un certain nombre de temps.

L'acquisition, la maintenance et le renouvellement des moyens matériels, l'installation et le fonctionnement d'un service Internet exigent la mobilisation d'importants moyens financiers. Tout projet de connexion Internet ou d'achat de matériel informatique doit du point de vue financier, être étudié à l'avance.

Les moyens financiers ne seront pas seulement destinés à couvrir les moyens techniques. Ils serviront également à mieux former les professionnels des médias à l'intégration d'Internet dans les pratiques et à engager un personnel spécialisé pour le maintien de ces moyens techniques.

I_2- Les moyens humains

La diffusion d'une radio sur Internet implique un savoir-faire de la part de toutes les personnes qui y travaillent qu'elles soient des professionnelles des médias ou non.

Aussi, les journalistes doivent subir une formation initiale qui doit régulièrement être mise à jour en tenant compte de la mondialisation de l'auditoire. Chaque jour de nouvelles méthodes de travail liées à la montée sur le Web sont découvertes et des sites web sont créés par millier. Pour s'adapter à ce développement incontrôlable d'Internet, des rencontres ou séminaires de formation doivent être organisés.

En fait, avec la *montée sur le Web*, la fonction journalistique perd ses repères traditionnels. Il est préférable pour les journalistes d'offrir à l'auditoire un autre contenu car l'arrivée d'Internet l'a fait perdre le monopole qu'il détenait sur l'accès aux sources d'information et en conséquence le monopole de leur diffusion.

L a *montée sur le Web* a également favorisé l'entrée scène d'un personnel non professionnel des médias : les techniciens en informatique. Ils sont responsables de la maintenance du dispositif informatique et du renouvellement au moment opportun du parc informatique.

Cependant, une radio selon ses moyens financiers peut engager des spécialistes en maintenance informatique ou avoir recours aux compétences d'un service externe de maintenance informatique

Section II : Particularités de la Radio sur Internet

II$_1$- Mondialisation de l'auditoire

Jusqu'à l'arrivée d'Internet, écouter sa station préférée de radio impliquait que l'on ait la bonne fréquence au bon endroit, soit dans une zone géographique recevant les ondes radiophoniques nécessaires, soit connaître ou réussir à trouver la fréquence correspondant à sa radio préférée (sous condition que cette fréquence précise soit captée dans la zone).

Une des avancées majeures de la venue d'Internet pour les radios est cette capacité à pouvoir diffuser à n'importe quel moment et n'importe quel endroit dans le monde. « *Avec l'apport du développement des Nouvelles Technologies de l'Information, SKY ONE s'adapte et entend étendre son cercle d'audimat au delà des frontières* », affirme *Joseph ANGOULA ANGOULA*, le Président de *SKY ONE Radio*, notre champ d'étude. Désormais, les auditeurs de cette chaîne qui s'expatrient, que ce soit en Amérique, en Europe ou en Afrique, peuvent rester en lien avec leur radio favorite, continuer à l'écouter sans se soucier de savoir si on capte ou si on a la bonne fréquence. Ce progrès les fait également rester en lien avec l'actualité du pays qu'ils ont quitté : actualité politique, mais aussi musicale, culturelle...ils savent qu'à partir de l'instant où ils sont connectés au web, ils peuvent écouter la radio sans problème, « *Trois semaines plus tard, le feedback est plus qu'éloquent : un auditeur de Londres en Angleterre a appelé pour demander une dédicace, une auditrice basée à Lyon en France dit écouter désormais cette radio toute la journée, car, elle se réjouit d'avoir des nouvelles du pays tous les jours* » affirme *SUMBU SUMBU*, L'Inspecteur Général de *SKY ONE Radio*.

Bertrand DUPUICH, Webmaster de la radio *FRANCE BLEU SUD LORRAINE*, cite l'exemple d'une femme, nancéienne expatriée en Australie depuis quelques années, qui continue à écouter cette radio lorraine grâce à sa connexion Internet. Ce moyen de réception lui permet de suivre l'actualité de sa région natale, mais aussi d'avoir le sentiment de maintenir un lien avec une partie des proches qu'elle a quittés et qui sont restés à Nancy.

II_2- Multiplication des possibilités d'écoute

Par le biais de la diffusion par Internet, les radios diffusent à travers le monde entier comme nous l'avons dit plus haut. Par conséquent écouter *SKY ONE Radio* sans pour autant être à Yaoundé, le périmètre géographique couvert par cette radio. Le taux d'écoute s'en trouve multiplié. D'après une étude de l'*Institut Médiamétrie*[27], l'écoute de la radio via Internet peut s'effectuer de deux façons :

- en *streaming*, les internautes peuvent écouter une radio en direct ou en différé. Ce principe permet d'écouter un contenu audio sans le télécharger ou le stocker. Il se différencie ainsi de la diffusion par téléchargement qui nécessite de récupérer l'ensemble des données d'un son avant de pouvoir l'écouter.

- le *podcasting* permet aux internautes, sur abonnement, d'automatiser le téléchargement d'émissions audio, notamment pour leur baladeur numérique, sur le disque dur de leur ordinateur personnel, pour une écoute immédiate ou ultérieure ».

II_3- Personnalisation de l'écoute

Il est de coutume d'écouter la radio pendant les horaires de travail. Dans ce cas, à moins de posséder un équipement du type baladeur avec radio intégrée, il est difficile de pouvoir profiter de ce qui est diffusé sans contraindre les autres personnes de la pièce au même choix. Avec la connexion de chaque ordinateur sur Internet et la possibilité d'écouter la radio grâce au web, l'usage de la radio au travail s'est personnalisé, puisque individualisé.

---

[27] in *l'audience de la radio* en avril-juin 2006

Dans les lieux professionnels où plusieurs ordinateurs occupent une même pièce, chacun peut être tenté désormais de se connecter à un site de radio pour travailler dans une ambiance musicale sans culpabiliser pour autant, ou contraindre les collègues à son choix d'écoute. Ceux qui amènent leurs écouteurs pour les brancher au matériel informatique en prévision de la consommation radiophonique sont libres de choisir leur station de radio sans risquer de déranger l'ambiance studieuse nécessaire à ceux qui ont l'habitude de travailler dans le silence par exemple.

Cependant, le choix de la diffusion dans la pièce pour une ambiance conviviale, comme c'est le cas dans beaucoup d'agence de création publicitaire où l'équipe a pour habitude de travailler dans la musique ou l'écoute d'émissions de radio, reste néanmoins possible, on peut rendre publique l'écoute que l'on avait préféré garder pour son utilisation.

Section III- Développement d'identité visuelle et de nouveaux partenariats

III_1- Amélioration de l'identité visuelle

La radio, traditionnellement est un média à dimension uniquement sonore, dans le sens où elle a vocation à ne produit que des sons. L'esthétique sonore a son importance tant pour elle même que pour ses auditeurs. De la même façon qu'un journal soignera au maximum sa présentation visuelle, une radio se concentrera sur sa présentation sonore, puisque n'ayant que cet aspect à mettre en avant. Cette idée, Bernard LAMIZET l'a bien cernée. Pour lui, « *Les médias sonores constituent un double champ : d'une part, ils contribuent à l'extension du champ de l'information médiatisée, en rendant possible la structuration d'un usage sonore de l'information ; d'autre part, ils contribuent à la naissance d'un nouveau champ esthétique : celui de l'esthétique de la diffusion musicale, qui va connaître un développement considérable. Les premières logiques de diffusion et d'écoute de la communication médiatisée sonore évoluent ainsi d'un usage personnel (communication interpersonnelle par radio) à un usage esthétique (communication de programmes musicaux et sonores de divertissement et d'information).* »[28]. Il montre ainsi la caractéristique essentielle de la radio, le son, traité pour répondre aux besoins des auditeurs à travers l'information et la diffusion musicale, et autres programmation élaborées par la radio.

Or, la diffusion sur Internet à travers un site, est un changement conséquent pour une radio : elle ne doit plus gérer uniquement le son, mais désormais l'image et, éventuellement, l'interactivité. Par conséquent, un nouveau champ esthétique délimité par l'image vient compléter le champ esthétique sonore déjà établit. Autrement dit, le site Internet d'une radio renforce l'identité visuelle d'un média qui, initialement, ne se destine qu'au champ esthétique auditif.

Le champ visuel doit satisfaire deux contraintes :

- l'identité visuelle, en développant une charte graphique bien élaborée

- l'ergonomie visuelle avec des éléments attractifs pour les internautes destinés à se connecter au site.

Par ailleurs, avoir un site bien élaboré en termes d'éléments visuels, permet de montrer à l'internaute une image moderne, actuelle, et soucieuse du confort des auditeurs de la radio. Il s'agit aussi de s'adapter pour répondre aux exigences d'un auditoire devenu mondial afin qu'il ne soit pas déçu du site de la radio à laquelle il s'est identifié.

III$_2$- De nouveaux partenariats

Au-delà de la diffusion en ligne, le site Internet de la radio propose d'autres services qui sont cependant dépendants d'autres prestataires sur la toile. Ces rubriques sont annoncées par des liens intégrés au site, dans la même charte que les liens menant à l'écoute de certaines émissions, en différé par exemple. Mais ils ne sont que des

[28] LAMIZET B., *Histoire des médias audiovisuels*, édition Ellipses, 1999, page 19

ainsi voir une rubrique « *emploi* », « *jeux* », ou encore « *météo* » s'afficher sur la page d'accueil Internet de la radio, et lorsque l'internaute clique sur le lien, il est redirigé vers un autre site, en fonction de ce qu'il a choisi comme rubrique.

C'est dans la plus part des cas un partenariat entre la radio émettrice du site web et le site de service. On peut citer en exemple, sur le site de SKY ONE Radio (…..):

Dans ce type de partenariat, chacun trouve son compte: la radio a la possibilité d'enrichir son site en services pour l'internaute et donne ainsi l'image d'un site qui a le souci de répondre aux besoins du visiteur et qui exploite les possibilités offertes par le web. Pour le partenaire, cela fait davantage d'internautes qui arrivent sur le site et prennent connaissance de la marque de l'annonceur.

Néanmoins, en proposant toujours plus de services, avec des liens vers des sites extérieurs toujours plus nombreux, la radio court le risque de faire de son site un « annuaire » de liens et de placer dans l'ombre toute la partie qui concerne la radio

elle-même et ses programmes. La radio doit donc veiller à cet équilibre entre rubriques la concernant et liens menant à d'autres sites, sans rapport premier avec son objectif de communication.